# 电子音像出版社从事数字出版的优势和路径分析

刘会敏
（河南电子音像出版社有限公司，河南 郑州 450000）

**摘　要：**信息技术和互联网的快速发展，推动了传统出版业的转型，电子音像出版社作为 20 世纪 80、90 年代新生事物，在内容资源、技术团队、数字化的管理体系及数字产品的营销渠道等方面具有先天基因优势，但面对“互联网 +”时代数字产品的快速迭代，电子音像出版社呈现出优质内容匮乏、产品形式单一、销售渠道狭窄、资金投入受限及复合型人才短缺的现象，如何应对数字出版带来的机遇和挑战，本文将从转变传统出版观念、重点项目带动及“出海”模式等方面探寻可持续发展路径。

**关键词：**数字出版；出版社；电子音像；优势；路径　**中图分类号：**G632　**文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2022）03-077-03　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.024
**本文著录格式：**刘会敏 . 电子音像出版社从事数字出版的优势和路径分析 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：77-79.

《中国互联网发展报告（2021）》[1] 报告显示，截至 2020 年年底，中国网民规模为 9.89 亿人，互联网普及率达到 70.4%，特别是移动互联网用户总数超过 16 亿；5G 网络用户数超过 1.6 亿，约占全球 5G 总用户数的 89%；数字经济持续快速增长，信息技术与实体经济加速融合，规模达到 39.2 万亿元，总量跃居世界第二。互联网的快速发展给传统出版带来挑战的同时也带来新的发展机遇，电子音像出版社作为 20 世纪 80、90 年代新生事物，虽然在内容资源、技术团队、数字化的管理体系及数字产品的营销渠道等方面具有先天优势，但如今在数字出版产业变革中也面临着严峻的考验。笔者认为，在数字出版融合发展的背景下，出版社要寻求新的发展机遇、取得新的竞争优势，就要分析自身优势与不足，明确目标，找准定位，扎实路径，本文将从电子音像出版社发展中遇到的困境、从事数字出版的优势分析，为电子音像出版社在数字化转型、融合化发展中保持竞争力、实现长期可持续发展探寻数字出版路径。

## 1. 电子音像出版社发展中的困境

### 1.1 优质内容匮乏

《第十八次全国国民阅读调查成果发布》[2] 显示，2020 年我国成年国民包括书报刊和数字出版物在内的各种媒介的综合阅读率为 81.3%，较 2019 年的 81.1% 提升了 0.2 个百分点。作为出版社，无论出版载体如何变化，出版手段如何发展，优质内容始终是出版业的核心价值。在出版形式单一的环境下，作者大都选择和出版社合作，出版社聚集了大量优质的作者队伍，而随着新技术、新媒介、新形态不断刷新人们对信息传播、获取和呈现方式的认知，也催生了更多多元化的数字内容消费需求，而无数的各种类型的互联网平台又为作者提供了广阔的空间，作者选择余地变大，作品的出口呈现多元化，而出版社受体制、经济规模等影响，在对优秀作者的开发与维护上越来越不占优势，优秀的作者、优质的内容匮乏瓶颈凸显。

### 1.2 产品结构单一

产品结构单一是当前传统出版行业的发展现状，传统出版行业主要以教材教辅及相关衍生图书出版为主，导致其产品结构比较单一，而在面对数字化转型，融合化发展趋势下，其市场份额逐渐降低，利润空间受到进一步挤压。电子音像出版社成立之初大多数是“小微企业”，有的是纸质图书出版社的一个部门，有的虽为一个独立的出版社，但需自负盈亏，经营压力比较大，也有的音像社是由行业协会或高校等主办属于专业类电子音像出版社，这些属性也决定了其在数字出版商业模式还不明晰的情况下，盈利手段和产品结构较为单一。

### 1.3 销售渠道狭窄

出版社销售渠道以新华书店发行为主，但近年来随着多元竞争时代的到来，新华书店的长期垄断地位已消除，传统的销售渠道发展步履维艰，出版社面对两类竞争显得力不从心，一类是技术公司，以 BAT 为代表，竞争的领域主要是数字出版；另一类是以策划为优势的民营图书公司，竞争领域主要是作者资源及灵活的运行机制，这些创新的营销合作模式和多元的营销策略更能让消费者产生购买行为，出版社销售渠道变得越来越狭窄。

### 1.4 复合型人才短缺

千秋基业，人才为本。人才是企业发展最重要的资源，当今世界经济的竞争莫过于人才的竞争，人才的高素质和高质量是目前企业发展的重点。传统的出版社经过长期的发展，培养了大量的传统编辑、发行人才，但信息技术催生的数字出版转型过程中，这些传统出版社培养出来的人才又显得跟不上数字转型的节奏，新的出版结构要求懂内容的编辑人员、懂技术的编程人员、懂市场的运营人员三种人的能力具备在一起才算复合型人才。显然，对传统出版社来说，这样的要求在原来人才梯队里选拔，很难有完全胜任的，复合型人才的短缺也是电

子音像出版社数字出版发展中遇到的一大困境。

## 2. 电子音像出版社数字出版的优势

### 2.1 音视频资源丰富

电子音像出版社的内容资源有着种类多样的优点，丰富的、专业的、完整的资源是电子音像出版社进行数字出版的最大优势，每个电子音像出版社都有自身独特的资源内容，这是其他电子音像出版社所没有的，在社会上也很难找全某个行业的资源，将这些独有的资源进行整理和开发是数字出版的主要任务。电子音像出版社特别是音、视频资源的积累更加丰富，这也是其他类出版社所不能比拟的资源优势，因其先天基因优势，电子音像出版社已走在数字出版大潮的前列。

### 2.2 拥有专业技术团队

电子音像出版社历经数十年的发展，拥有国内一流的摄录设备、编辑设备、复制设备和电子读物制作设备以及现代化的录音棚、录像棚和网络演示室；配置了高端电脑，以及包含视频剪辑、后期转码、制作、资源存储等一套完整的各种型号的服务器、存储网络等设备；拥有一批计算机、软件等电子信息相关专业本科以上科技人员，建立起了一支适应数字时代发展需要的高素质技术精英队伍。并成立专门的技术制作部、网络运营部和数字融媒发展部。

### 2.3 数字化的管理体系

电子音像出版社作为 20 世纪 80、90 年代新生事物，似乎距离数字出版更近，有着和数字出版对接的先天基因优势。在内容资源的管理体系上，电子音像出版社更重视整合资源，并形成了内容资源一次开发、多次利用、跨部门协同的融媒体互推互动；在生产制度体系上，建立完善的生产流程 ERP 系统；在营销渠道体系上，建立电教产品销售渠道、三大运营商渠道、数字产品产业链合作伙伴等数字产品的营销渠道。

### 2.4 政策利好

为推动出版融合发展，助力出版强国建设，国家出台了一系列融合发展的政策和措施。《国家新闻出版署关于组织实施出版融合发展工程的通知》[3]，指出要引导出版业大力实施数字化战略，系统性推进融合发展，实现传统出版与新兴出版深度融合。《新闻出版总署关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》[4]，指出加快推动音像电子出版单位数字化升级。积极运用新媒体、新技术加速产业升级；鼓励音像电子出版单位与通信运营商、网络运营商及硬件制造商进行全方位合作，拓展新业态。另外针对电子音像出版社，国家自 2007 年起，推出“盘配书”政策，这是一种对电子音像类出版社的政策倾斜，获得此资质的出版社能够在政策允许的范围内出版图书，在一定程度上扩大了电子音像类出版社的产品类别。通过国家制定的一系列出版融合政策和措施的指导与引领，传统出版单位转型升级的目标和路径越来越清晰，对数字出版转型充满信心，更加坚定数字转型和融合化发展。

## 3. 电子音像出版社数字出版的路径

### 3.1 转变传统出版观念，推动数字化转型

在蓬勃发展的数字出版浪潮下，对传统出版社来说，数字化转型已经不再是“转不转”的问题，而是“如何转”的问题，传统出版社应该积极转变传统出版观念和生产方式，整合资源、融合创新，适应新业态、重构产业链等。“把方向、守根本、促融合”，推动自身的数字化转型，将传统出版和数字出版深度融合发展。

对传统出版社，转型不是转行，出版社的一大任务就是把优质内容生产出来再把优质内容传播出去，坚持“内容为王，创意为本，科技赋能”思想。一方面，树立再造出版流程的观念，打破传统编、印、发的常规流程，转变先纸质图书、后数字出版物的思维定势，探索纸质、数字同步立体式出版，在选题策划的源头就考虑到内容的一次开发、多次使用、多产品形态、多渠道经营，一个内容、一种产品多形态开发及多种媒体同步出版；另一方面，全员强化用户思维，要不断升级用户思维，不仅要满足用户的需求，还要以用户的需求和反馈不断完善产品和提升服务，指导策划、设计、生产和经营，引导甚至创造用户的新需求，从而推动数字化转型升级的速度；再者，加快技术融合，出版融合发展是出版业的一次深刻变革，纵观出版产业发展的历史，每一次的产业变革都是技术驱动，传统出版社在推动数字化转型上要加强与互联网技术公司、平台和合作，通过外联内合、技术升级、自有平台改造等多种形式，提升出版社内容制作、传播新型数字产品的能力和水平；还有电子音像出版社应将其拥有的专业技术人员及优秀策划编辑的优势发挥极致，对其进行数字出版的培养，不断提高数字出版能力，达到数字出版对复合型人才的要求，探索多元化、多层次人才培养，推动数字出版持续发展。最后，要让每位员工深刻领会市场营销的重要性，并在工作中不断践行，树立全员营销、全过程营销观念，全力推动数字化转型提质增效。

### 3.2 突出项目带动，提升融合发展整体效能

传统出版社在推动数字出版融合发展上，人才队伍是出版社转型升级的基础，项目带动是出版社推动数字出版转型升级的关键。突出“项目”带动，这个“项目”可以是大项目也可以是小项目，项目只是个基础、是个平台、是推动数字出版的驱动力。可以根据国家出台的一系列融合发展政策申请的项目为重点，比如以入围年度数字出版精品遴选推荐计划项目、全国有声读物精品出版工程项目、国家出版基金项目等为引领，以获得省级高成长服务、专项引导项目及各出版社 IP 孵化项目为支撑，以转型升级融合发展项目带动资源聚集和技术的创新，在项目中积累经验，锻炼队伍、培养人才，提升

融合发展整体效能 。

电子音像出版社首先要立足自身音视频资源丰富的优势，将多年来集聚的内容资源进行系统化梳理，打通连接外部资源，实现内容上的关联整合；其次要加快平台建设，通过自主、联合等多种手段加强互联网出版服务平台建设，通过平台连接作者、读者、编者，打通编辑出版营销；再次要开发数字化内容与多媒体产品。还要积极开展知识服务，对优质资源进行二次开发利用，挖掘其更深价值。

电子音像出版社可以考虑如数据库项目和融合出版类项目。一方面数据库项目可以说是出版社在数字出版转型升级中商业模式最清晰、客户最清晰的转型，电子音像出版社要构建数据库项目首先要盘点自身优势，对各种数据内容进行分类，可以根据用户需求和专业划分构建数据库，对综合性电子音像出版社，可以构建数字图书馆数据库、民俗文化数据库、戏曲数据库、武术数据库等，特别是数字图书馆项目，比较契合目前国家提出“全民阅读”战略，2021 年《政府工作报告》中指出，推进城乡公共文化体系一体建设，创新实施文化惠民工程，倡导全民阅读。自 2014 年起，“全民阅读”第八次写入《政府工作报告》，数字图书馆可以根据项目需要分为中小学、高校、个人、行业等数字图书馆，该项目也是大力推动全民阅读进农村、进社区、进家庭、进学校、进机关、进企业、进军营的有效载体；对教育类电子音像出版社，可以根据用户和资源服务群体不同，构建学龄前、小学、初中、高中、大学、成人等教育数据库，还可以构建名校名师数据库，有助于优质资源的开发与拓展，为教育信息化培训、优质教育资源全覆盖提供内容与团队支撑；另外在数据库的整体框架之下可以设立专题数据库，根据不同用户的需求进行设计，将图、文、影、音等不同形式的资源分别放入不同专题的数据库中，如美术专题数据库、音乐专题数据库、自然专题数据库、历史专题数据库、科学专题数据库及针对地方历史文化建立数据库等，为用户提供个性化、精准化的服务。另一方面，融合出版类项目，可以考虑“图书 + 有声产品 + 文创产品 + 动画产品 + 手游 + 线上传播 + 线下活动”等，并通过多类型产品、多维度视角、多渠道传播的手段，为出版社融合发展提供有力支撑。

### 3.3 全面开拓，探索数字出版“出海”新模式

围绕政策，坚持“内容为王”，进行内容创新，全面开拓，积极转变传统出版观念，推动数字化转型，突出项目带动，重点围绕国家资助项目或各出版社 IP 孵化项目开拓工作，实现传统出版业的数字出版转型升级，实现编辑生产工作流程的再造，将 IP 孵化工作作为探索数字出版的“探路石”，布局数字化平台建设，打通线上线下资源的聚集通道并逐步开发多形态产品，依据优质内容的 IP 化运营和知识服务多元化思维，实现资源互补和共生共赢，最大程度地延长出版知识服务的链条。

做精内容，坚持精品引领，探索数字出版“出海”模式。一方面，以新技术新应用引领融合发展，对技术先进性企业，积极合作、科学利用技术工具对现有业态升级改造；另一方面，发展跨媒体合作、增强内容增值服务，积极推动有特色的数字化产品或 IP“走出去”，讲好中国故事，传播中国声音。学会“借船出海、买船出海、造船出海”，秉承“互联互通、共融共享、互动互助”的发展理念，通过对外合作，融合上下游产业链优质资源，形成产业联盟，集合各方优势，强化用户思维，不断满足用户需求，为客户提供整体解决方案，构建软件硬件、线上线下、传统现代互融互动的产业链，共创传统出版社数字出版可持续发展之路。

综上所述，在数字出版转型升级的浪潮中，传统出版社面临机遇与挑战并存的局面。数字出版为传统出版社带来了千载难逢的发展机遇，同时也带来不小的挑战，如何应对数字出版带来的机遇和挑战，需要传统出版社发挥自身优势，因势而谋、应势而动、顺势而为，集合各方优势共同构建数字化时代的新型产业合作关系，在共同探索的过程中共享优质资源，共寻数字出版可持续发展之路，加快数字出版转型升级和融合发展，实现经济效益和社会效益的双赢。媒

## 参考文献

[1]《中国互联网发展报告（2021）》发布 截至 2020 年底我国网民规模为 9.89 亿人 移动互联网用户超 16 亿 [EB/OL].（2021-07-13）http：//news.iqilu.com/china/gedi/2021/0713/4905727.shtml.

[2] 第十八次全国国民阅读调查成果发布 [EB/OL].（2021-04-25）[2021-04-26].http：//www.nppa.gov.cn/nppa/contents/280/75981.shtml.

[3] 国家新闻出版署关于组织实施出版融合发展工程的通知 [EB/OL].（2021-05-07）[2021-05-18].http：//www.nppa.gov.cn/nppa/contents/279/76041.shtml.

[4]《新闻出版总署关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》[EB/OL].（2010-08-16）[2010-08-24].http：//www.nppa.gov.cn/nppa/contents/312/23777.shtml.

**作者简介：**刘会敏（1984-），女，河南驻马店，编辑，研究方向：新媒体、数字融媒、数字出版。

（责任编辑：张晓婧）